

Programa Nacional de Formación



Unidad 2 - Capítulo 3 Contenidos digitales para las ICC



Bienvenidos

Este material de lectura corresponde a la Videoclase U2C3 disponible en: micultura.gob.pa y forma parte de un total de 20 videoclases y sus respectivos materiales de lectura y trabajo.



Objetivo de este capítulo

Crear contenido digital es más que publicar en redes sociales: es construir puentes entre tu proyecto cultural y tu audiencia, emocionando, informando y motivando. Este documento te guiará paso a paso en el proceso de creación de contenido, desde los tipos de creadores hasta cómo optimizar tu estrategia usando herramientas accesibles y efectivas.

El contenido digital no es solo palabras en una pantalla o videos en las redes sociales; es un puente mágico que conecta corazones y mentes, un vehículo para transformar ideas en emociones

Como emprendedores en el ámbito cultural, es fundamental entender cómo utilizar la creación de contenidos como una herramienta poderosa para comunicar tu mensaje y conectar con el público. De eso trata este capítulo...



Algunas preguntas de este capítulo

- ◉ ¿Por qué los contenidos digitales son fundamentales para las Industrias Creativas y Culturales en la era digital?
- ◉ ¿Cómo se puede diseñar una estrategia de contenidos digitales alineada con la identidad cultural y creativa de un emprendimiento?
- ◉ ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los creadores culturales al digitalizar su trabajo y cómo pueden superarlos?
- ◉ ¿Qué tipos de contenidos digitales funcionan mejor para conectar con el público en diferentes áreas de las ICC?



01

Contenidos para Conectar

La Importancia de los Contenidos Digitales

Para que la creación de contenido digital sea efectiva y responda a tus objetivos comunicacionales, se debe planificar y elaborar textos y elementos multimediales con el objetivo de publicarlos en las redes, buscando tanto informar, así como establecer vínculos cercanos con tu público de una manera dinámica y entretenida.

Son los contenidos digitales los que construyen el vasto e infinito universo de Internet, invitando a extraños y conocidos a conocer nuestras propuestas y visitar nuestros sitios, páginas, blogs y otros.

Es a través de los contenidos que las personas desconocidas pueden convertirse en visitantes y luego en parte de nuestra audiencia y, no menos importante, difusores y embajadores de tus ideas y propuestas.

Son millones y millones las páginas y sitios en internet, y este número crece a diario de manera exponencial. ¿Cómo hacer entonces para distinguirse y visibilizar tu propuesta? Es gracias a los contenidos que ofrezcas junto a una adecuada estrategia de marketing que te permitirán posicionarte (branding) y construir tu propia comunidad.



Frases para tener en cuenta

"Tu contenido es tan bueno como la experiencia que crea para tu audiencia." – Jay Baer

"La creatividad es la moneda del siglo XXI." – Chase Jarvis

"La cultura digital no es solo consumir contenido, es crearlo y compartirlo." – Henry Jenkins

"El contenido cultural debe ser tan accesible como el aire que respiramos." – Lawrence Lessig

"El arte y la cultura encuentran en lo digital una herramienta para expandir su impacto global." – Joichi Ito

Qué son los Contenidos Digitales?

Los contenidos digitales son cualquier tipo de material digital que se crea y se distribuye a través de plataformas digitales. Esto incluye:

- **Textos:** Artículos, blogs, publicaciones en redes sociales.
- **Imágenes:** Fotografías, infografías, ilustraciones.
- **Videos:** Documentales, tutoriales, transmisiones en vivo.
- **Audios:** Podcasts, entrevistas.

Estos contenidos son la materia prima del marketing digital, ya que tienen como objetivo distribuir información y conocimientos de manera atractiva y digerible. En el contexto cultural, esto significa no solo informar, sino también emocionar y conectar con el público

La conexión emocional

En las industrias creativas y culturales, el contenido no solo debe ser informativo; también debe resonar emocionalmente con la audiencia. Cuando creas contenido que cuenta una historia o refleja la identidad cultural, estás construyendo una conexión más profunda con tu público. Esto es esencial para fomentar la participación y el interés en tus proyectos. La importancia de comprender la cultura local

Para crear contenido digital efectivo, es crucial entender la cultura local. Esto significa investigar las tradiciones, valores y costumbres de tu público objetivo. Por ejemplo, si estás trabajando en Panamá, conocer cómo se celebran los carnavales o qué platos son icónicos puede marcar la diferencia en la forma en que te comunicas con tu audiencia.

Algunos tipos de creadores de contenido

Creadores	Descripción	Ejemplo/Acciones	Herramientas
Blogueros	Comparten información útil o historias relacionadas con su nicho, generalmente de manera escrita.	Un blog sobre moda artesanal panameña con consejos para combinar piezas tradicionales con estilos modernos	WordPress , Blogger .
Youtubers	Crean videos dinámicos.	Un canal que documente festivales culturales panameños.	Canva (para crear miniaturas) Filmora para editar videos
Podcasters	Narran historias o realizan entrevistas utilizando un formato de audio.	Podcast sobre gastronomía típica de Panamá con entrevistas a chefs locales.	Audacity , Anchor
Fotógrafos y Diseñadores Gráficos	Crean imágenes que transmiten emociones.	Fotografías de trajes típicos para promocionar exposiciones.	Lightroom , Canva

Diferencias con Influencers

Los influencers suelen centrarse más en promocionar productos o estilos de vida a través del contenido que crean. Mientras que muchos influencers comparten aspectos personales o comerciales, los creadores se centran más en ofrecer valor educativo o cultural.

El creador de contenidos

Como en toda profesión, un buen creador de contenidos digitales debe combinar ciertas características tales como:

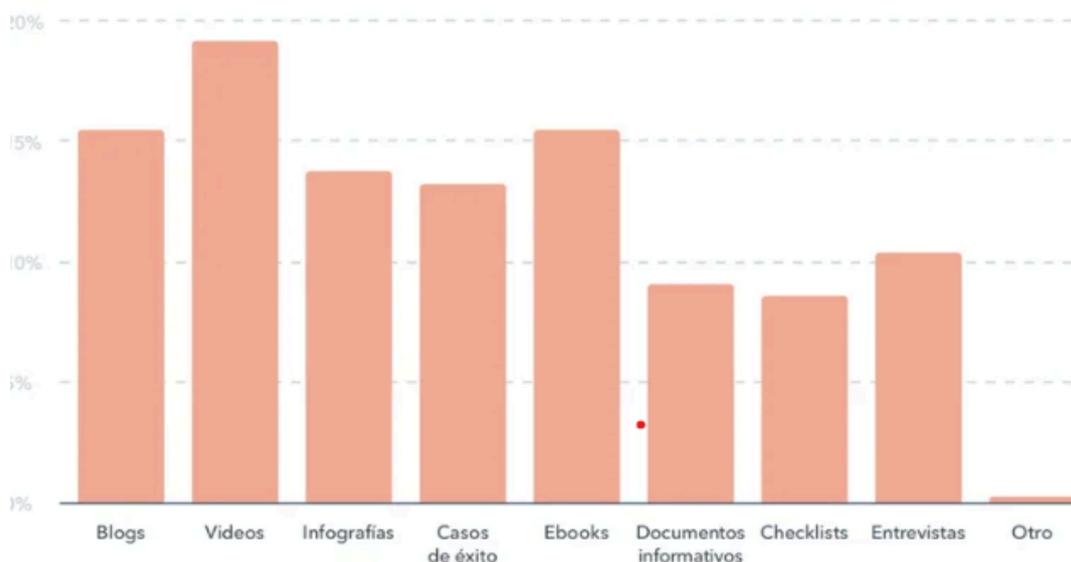
- **Creatividad sin límites:** encuentra inspiración en lo cotidiano y lo convierte en contenido que resuena y sorprende.
- **Detective de tendencias:** siempre al tanto de lo nuevo, sabe lo que está de moda y lo adapta a su estilo y marca.
- **Narrador nato:** cuenta historias que enganchan, ya sea con palabras, imágenes o videos, y sabe cómo conectar emocionalmente.
- **Agilidad multiformato:** domina plataformas y formatos, desde redes sociales hasta blogs y videos en directo.
- **Precisión estratégica:** cada publicación tiene un propósito claro; conoce a su audiencia y habla su lenguaje.
- **Espíritu adaptable:** evoluciona con las plataformas y tecnologías, adaptándose a nuevas formas de comunicar.
- **Ojo visual:** detallista y estético, transforma conceptos en piezas visuales atractivas que destacan y cautivan.
- **Escucha activa:** capta feedback de su audiencia para mejorar y mantener relevancia en su contenido.



Contenidos digitales preferidos

Si bien este es un tema muy diverso y que va cambiando de acuerdo a cómo evolucionan las tecnologías y los hábitos de consumo de contenidos, HubSpot Research, una reconocida agencia de marketing digital analizó los comportamientos de los públicos en internet mostrando que los formatos preferidos son los videos, seguidos de los blogs y los ebooks.

La siguiente imagen nos ofrece información relevante a la hora de elegir qué tipo de contenidos y a través de qué canales vamos a generar. (para más información: <https://blog.hubspot.es/marketing/tipos-marketing-contenidos>)





02

Estrategias y Consejos

Para crear contenidos digitales efectivos

Definir, diseñar y crear contenido digital requiere manejar muchas variables a fin de lograr resultados efectivos que resulten atractivos y transmitan los mensajes que deseamos comunicar.

En esta sección analizaremos diversos elementos que te ayudarán a realizar esos contenidos digitales que destacan en las redes sociales y logran impactar en los públicos.



Conoce a tu audiencia

En el capítulo anterior hablamos sobre la importancia de conocer a tu público objetivo. Aquí profundizaremos en cómo utilizar esa información para crear contenido relevante.

- **Investiga sus intereses:** ¿Qué les apasiona? ¿Qué problemas intentan resolver? ¿Cuáles son las oportunidades presentes?
- **Adapta tu mensaje:** Utiliza un lenguaje y tono que resuenen con ellos. Por ejemplo, si tu audiencia es joven, podrías usar un tono más relajado y visualmente atractivo.
- **Sé culturalmente sensible:** Asegúrate de que tu contenido no solo sea informativo, sino también respetuoso de las diferencias culturales
- **Ponte en los zapatos de tu audiencia** (y quítate los tuyos primero) y piensa y siente como el promedio de personas a las cuales aspiras llegar con tus contenidos.
- Utiliza la **Lluvia de ideas** para generar ideas relacionadas con tu temática.
- Busca **palabras clave** que sirvan para posicionar tu oferta digital en internet.
- Investiga **sitios similares** para inspirarte y aprender de la experiencia de otros que estén en tu mismo ámbito.

Con esta información, determina el tipo de contenido que vas a producir. Esta no es una tarea sencilla y dependerá de varios factores: las características de tu público objetivo, tu reputación, las particularidades de la temática que estés promoviendo, tus objetivos y más. Elegir el tipo de contenido y el formato es parte de un proceso de aprendizaje y de muchas pruebas y errores.

Elige el formato

Elige el formato que mejor se alinee con:

- **Tus habilidades** (escritura, diseño, fotografía).
- **Tu pasión** (arte, música, cultura).
- **Tu público** (jóvenes en redes sociales, adultos interesados en tradiciones)

No se trata sólo de elegir si optarás por un podcast o por un video en YouTube.

También, debes definir el tipo de material que vas a producir. ¿será una guía práctica para elaborar proyectos culturales? ¿El análisis de la última película de un director de cine panameño? ¿Narrarás una historia (storytelling) con el objetivo de crear más engagement (participación, compromiso) por parte de tu público a partir de una propuesta de entretenimiento? ¿Publicarás noticias sobre determinados temas?

Como observarás la definición de tus públicos, la elección de los contenidos y la selección de los formatos se encuentran íntimamente vinculados. Por ello se hace necesario planificar.

Planificar, planificar, planificar

La planificación define los recorridos que hay que realizar para alcanzar los objetivos. Esto significa **definir tiempos, acciones, responsables, recursos y procesos de gestión y evaluación.**

De manera sencilla el proceso puede definirse de la siguiente manera:

- **Definir** públicos, objetivos y plazos
- **Elaborar contenidos** dependiendo de los públicos y de los canales a utilizar
- **Definir la estructura de publicaciones**, indicando minuciosamente cuáles son los pasos a seguir.

El desarrollo y puesta en acción de lo planteado implica poner **manos a la obra**, sabiendo que se trata de un proceso de innovación permanente, aprendiendo de los errores.

¡Aplica el Design Thinking!

Procede a elaborar **prototipos**. Elabora propuestas de baja resolución rápidas y simples para ponerlas a prueba (iterar) y obtener **retroalimentación**. Aprende de los comentarios y aplica los cambios que consideres relevantes.

Lleva tus propuestas a publicación, determinando los días y horas más apropiadas para ello, según los perfiles de tus públicos.

Una vez publicado en los diversos medios, mantén una vigilancia cercana (monitoriza) sobre las reacciones, comentarios y cantidad de visitantes para poder evaluar los impactos de tus contenidos.

Producción de textos

La producción de textos es fundamental para compartir conocimiento y conectar con tu audiencia. Aquí hay algunos consejos:

- **Escribe con claridad:** Asegúrate de que tu mensaje sea fácil de entender.
- **Sé relevante y original:** Aborda temas que interesen a tu audiencia.
- **Incluye elementos narrativos:** Resalta historias detrás de tu oferta cultural para emocionar a los lectores.

Ejemplo: Si eres un artista plástico, considera escribir un artículo sobre el proceso creativo detrás de una obra específica.

Uso de imágenes

Las imágenes son esenciales para captar la atención rápidamente. Aquí hay algunas recomendaciones:

- **Utiliza imágenes de alta calidad:** Asegúrate de que tus imágenes representen fielmente tu trabajo cultural.
- **Incorpora infografías:** Estas pueden ser útiles para presentar información compleja de manera visualmente atractiva.
- **Respetar los Derechos de Autor:** Recuerda que si utilizas imágenes de Internet o de otras personas debes considerar los Derechos de Autor, solicitando autorización al autor o abonando las tarifas correspondientes por el uso de la imagen.
- **Herramientas:** Usa [Canva](#) para crear infografías o [Photoshop Express](#) para retoques rápidos.

Creación de Videos

Los videos son una herramienta poderosa para contar historias visuales. Considera lo siguiente:

- **Crea tutoriales o documentales cortos:** Esto puede ayudar a educar a tu audiencia sobre temas culturales.
- **Realiza transmisiones en vivo:** Puedes transmitir eventos culturales en tiempo real para involucrar a tu comunidad.
- **Herramientas:** [iMovie](#) para edición básica; [Premiere Pro](#) si buscas algo avanzado
- Utiliza Zoom, iMovie, Meet o Jitsi para transmisiones en vivo.

Ejemplo: Un grupo musical podría hacer un video detrás de escena durante su ensayo o grabación y combinar su presentación con una actuación en vivo.

Producción de Audios

Los podcasts han ganado popularidad como medio para compartir historias o entrevistas:

- **Crea un podcast** sobre temas culturales relevantes: Puedes invitar a artistas locales a compartir sus experiencias.
- **Ofrece contenido educativo:** Comparte lecciones sobre técnicas artísticas o historia cultural.

Ejemplo: Un artista puede crear un podcast donde discuta su proceso creativo y entreviste a otros artistas.

Sugerencias

- **Muéstrales lo que hay detrás de cámaras**

El público ama ver cómo se crea el contenido. Comparte errores divertidos, risas y momentos inesperados. Esto humaniza tu marca y facilita la conexión emocional.

- **Antes y después**

Las transformaciones siempre generan curiosidad. Si trabajas en áreas como fotografía, diseño o moda, muestra el proceso detrás de cada creación. Por ejemplo:

- Una sesión de fotos antes y después del retoque digital.
- Un proyecto de arte desde el boceto hasta la obra final.

- **Sé atrevido y disruptivo**

En plataformas como TikTok, el contenido debe destacar por su originalidad. Utiliza imágenes llamativas, mensajes audaces y tendencias virales para captar la atención de los usuarios

Retos y oportunidades

Retos	Oportunidades
Tiempo y esfuerzo: La creación de contenido requiere investigación constante y adaptación a los cambios en los gustos del público.	Conexión global: Internet permite que tu contenido llegue a audiencias de todo el mundo.
Competencia: El mar de contenido en las redes sociales es abrumador. Debes encontrar formas de destacar.	Herramientas accesibles: Hoy en día, existen aplicaciones y programas gratuitos que facilitan la edición de fotos y videos.
Diferentes formatos: Cada plataforma demanda contenido específico, lo que puede ser agotador	Impacto cultural: Puedes utilizar tu contenido para promover valores y tradiciones locales, contribuyendo al desarrollo cultural de tu comunidad.

Para más información sobre este tema, te sugerimos visitar el sitio:

<https://blog.hubspot.es/marketing/creador-de-contenido>

Inteligencia Artificial y la creación de contenidos digitales en las ICC

Aunque pueda sonar futurista, la IA ya está presente en nuestro día a día, desde los asistentes virtuales en nuestros teléfonos hasta las plataformas de redes sociales que nos recomiendan contenido personalizado. Para los emprendedores de las industrias creativas y culturales (ICC), esta tecnología abre un mundo de posibilidades en la creación, optimización y difusión de contenidos digitales.

Si bien la creatividad es un valor humano inigualable, la IA se ha convertido en una aliada estratégica para potenciar el trabajo de los creadores, facilitando procesos y brindando herramientas que permiten innovar y optimizar la producción de contenidos. Entender y aprovechar estas tecnologías no solo es una ventaja, sino una necesidad para mantenerse activo en el ecosistema digital actual.

¿Es la IA una amenaza o una oportunidad para la creatividad?

Muchas personas temen que la IA reemplace la creatividad humana, pero la realidad es que funciona mejor como un complemento o como un asistente muy eficiente.

Estas herramientas no crean por sí solas; necesitan la dirección y el criterio de un ser humano para producir contenido con significado, autenticidad y un impacto real.

La clave está en **aprender a utilizarlas** para potenciar el trabajo creativo, **ahorrando tiempo** en tareas repetitivas y permitiendo que los emprendedores **se enfoquen en la estrategia y la innovación**.

Primeros pasos para integrar la IA en tu estrategia de contenidos

Si eres nuevo en el uso de IA para la creación de contenidos, aquí tienes algunos consejos para comenzar:

Retos
Explora herramientas gratuitas. Muchas plataformas de IA ofrecen versiones gratuitas con funcionalidades básicas. Experimenta con ellas antes de invertir en opciones de pago.
Define un propósito claro. Antes de usar IA, identifica qué tipo de contenido necesitas crear y cuál es el objetivo.
Combina IA con tu toque personal. Usa las herramientas como apoyo, pero siempre revisa y ajusta el contenido para que refleje tu estilo y la identidad de tu marca.
Mide los resultados. Evalúa qué impacto tienen los contenidos creados con IA y ajústalos según la reacción de tu audiencia.
Capacítate constantemente. La tecnología evoluciona rápido. Mantente al día con nuevas herramientas y tendencias para sacar el máximo provecho de la IA.

¿Cómo puede la IA ayudarte a crear contenidos digitales?

Existen diversas formas en que la IA puede facilitar la creación de contenidos digitales, haciéndola más rápida, eficiente y personalizada. A continuación, te presentamos algunas aplicaciones clave:

Opciones	Descripción	Pueden servir para:
Generación de Textos y Redacción Asistida	Plataformas como ChatGPT, Jasper o Copy.ai pueden ayudarte a escribir artículos, publicaciones para redes sociales, descripciones de productos o guiones para videos y pódcast.	<ul style="list-style-type: none"> • Crear borradores de contenido rápidamente. • Mejorar la redacción y corregir errores gramaticales. • Adaptar el tono y estilo de tus mensajes según tu público objetivo.
Edición y Creación de Imágenes	Herramientas como DALL-E, Canva con IA y Runway generan imágenes a partir de descripciones textuales.	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar gráficos llamativos sin necesidad de conocimientos avanzados en diseño. • Crear visuales únicos para acompañar tus publicaciones en redes sociales. • Probar diferentes estéticas y conceptos de manera rápida.
Creación de Videos y Animaciones	La IA también ha llegado al mundo del video. Herramientas como Synthesia permiten generar videos con avatares virtuales que narran un texto proporcionado, mientras que Descript facilita la edición de videos con transcripciones automáticas.	<ul style="list-style-type: none"> • Crear videos explicativos o promocionales sin necesidad de equipo profesional. • Editar contenido de manera rápida y automatizada. • Agregar subtítulos y mejorar la accesibilidad de tu contenido.
Optimización y Análisis de Contenido	La IA no solo ayuda a crear contenido, sino también a optimizarlo. Aplicaciones como Grammarly mejoran la calidad del texto, mientras que herramientas de análisis como Google Analytics y HubSpot permiten evaluar el impacto del contenido.	<ul style="list-style-type: none"> • Detectar errores y mejorar la claridad de los mensajes. • Analizar el rendimiento de tus publicaciones en redes sociales. • Ajustar tu estrategia de contenidos según datos reales y no solo intuiciones.
Automatización y Personalización del Contenido	Las plataformas de IA pueden personalizar la experiencia de tus seguidores al ofrecer contenido adaptado a sus intereses. Herramientas como Chatbots, email marketing con IA y motores de recomendación (como los de Netflix o Spotify).	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer respuestas automáticas y personalizadas en redes sociales. • Crear campañas de email marketing segmentadas. • Mejorar la experiencia del usuario con recomendaciones de contenido relevantes.

La Inteligencia Artificial está transformando la manera en que se crean y gestionan los contenidos digitales, y los emprendedores de las industrias creativas y culturales tienen en sus manos una oportunidad única para innovar y optimizar sus estrategias de comunicación.

Adoptar estas herramientas no significa perder autenticidad, sino potenciar la creatividad con tecnología que ahorra tiempo, mejora la calidad y permite conectar mejor con el público. La clave está en aprender a utilizar la IA de forma estratégica, manteniendo siempre la esencia y el valor humano de cada creación.

03

Ejercicios



Ejercicios para la videoclase U2C3

Marketing digital

Los siguientes ejercicios están diseñados para afianzar los conocimientos ofrecidos en esta videoclase en conjunto con el material de lectura U2C3 Marketing digital. Los ejercicios contienen las instrucciones, una autoevaluación y un ejemplo para que puedas realizarlos por tu cuenta.

Ejercicio 1: Define tu Público y Diseña una Estrategia de Contenidos

Objetivo:

Identificar audiencias clave y crear un plan de contenidos alineado con sus intereses.

Instrucciones:

1. Define un producto o servicio cultural que quieras promocionar (por ejemplo, una exposición de arte, un taller de danza o un curso de gastronomía).
2. Responde las siguientes preguntas para definir tu público:
 - ¿Quiénes son tus clientes ideales?
 - ¿Qué necesitan o qué problemas resuelves para ellos?
 - ¿Qué plataformas usan (Instagram, Facebook, etc.)?
3. Utilizando estas respuestas, elabora dos tipos de públicos diferentes (puede ser por diferencia de edades, de intereses culturales, de lugares de residencia u otros), incluyendo:
 - Nombre, edad y profesión.
 - Intereses y motivaciones.
 - Qué tipo de contenido les atraería (videos, tutoriales, imágenes).
4. Diseña un calendario de publicaciones para una semana, indicando:
 - Tipo de contenido (foto, video, texto).
 - Plataforma.
 - Día y hora.

Autoevaluación:

¿Los perfiles de público que definí reflejan claramente sus intereses y hábitos digitales?

¿Mi calendario de publicaciones está equilibrado en cuanto a formatos y plataformas para optimizar el alcance?

¿Cómo puedo mejorar mi estrategia de contenidos para hacerla más atractiva y efectiva para mis audiencias?

Ejemplo:

Un perfil claro de audiencia y un calendario de contenidos inicial que se pueda implementar.

Ejercicios para la videoclase U2C3

Marketing digital

Los siguientes ejercicios están diseñados para afianzar los conocimientos ofrecidos en esta videoclase en conjunto con el material de lectura U2C3 Contenidos digitales.

Los ejercicios contienen las instrucciones, una autoevaluación y un ejemplo para que puedas realizarlos por tu cuenta.

Ejercicio 2: Crea una Narrativa Visual

Objetivo:

Aprender a comunicar ideas a través de imágenes impactantes.

Instrucciones:

1. Escoge un tema relacionado con las ICC de Panamá (ej.: "La pollera como símbolo cultural").
2. Busca imágenes o utiliza fotos propias que representen el tema.
3. Utiliza Canva o Photoshop Express para crear un collage visual o una infografía que cuente una historia breve sobre el tema. Incluye:
 - Un título llamativo.
 - Tres puntos clave explicativos.
 - Un llamado a la acción (CTA), como "Visita nuestra exposición".
4. Publica el resultado en un formato apto para redes sociales (Instagram o Facebook).

Autoevaluación:

¿El collage o infografía que diseñé comunica de manera efectiva el mensaje que quiero transmitir?

¿Elegí imágenes y colores adecuados para captar la atención de mi audiencia objetivo?

¿Incluí un llamado a la acción claro que motive la interacción con mi contenido?

Ejemplo:

Una pieza gráfica profesional que atraiga la atención y promueva un aspecto cultural panameño.

Ejercicios para la videoclase U2C3

Marketing digital

Los siguientes ejercicios están diseñados para afianzar los conocimientos ofrecidos en esta videoclase en conjunto con el material de lectura U2C3 Contenidos digitales.

Los ejercicios contienen las instrucciones, una autoevaluación y un ejemplo para que puedas realizarlos por tu cuenta.

Ejercicio 3: Produce un Podcast Temático

Objetivo:

Familiarizarse con el formato de audio para transmitir contenido educativo o cultural.

Instrucciones:

1. Define un tema cultural de interés (ej.: "Cocina típica panameña: secretos de los tamales").
2. Escribe un guion breve que incluya:
 - Introducción (saludo y presentación del tema).
 - Desarrollo (tres puntos clave o anécdotas).
 - Cierre (invitación a participar o seguir el proyecto).
3. Utiliza herramientas gratuitas como Audacity o Anchor para grabar un episodio piloto de 5 minutos.
4. Escucha el audio, edita si es necesario y compártelo con un grupo de prueba para recibir retroalimentación.

Autoevaluación:

¿El guion que preparé mantiene la atención del oyente y transmite información de manera clara y atractiva?

¿La calidad del audio es adecuada para una experiencia de escucha cómoda y profesional?

¿Cómo podría mejorar la estructura o el contenido de mi podcast para hacerlo más interesante y accesible?

Ejemplo:

Un episodio piloto que combine información valiosa con un estilo accesible y atractivo.

Ejercicios para la videoclase U2C3

Marketing digital

Los siguientes ejercicios están diseñados para afianzar los conocimientos ofrecidos en esta videoclase en conjunto con el material de lectura U2C3 Contenidos digitales.

Los ejercicios contienen las instrucciones, una autoevaluación y un ejemplo para que puedas realizarlos por tu cuenta.

Ejercicio 4: Evalúa el Impacto de tus Contenidos

Objetivo:

Aprender a medir la efectividad de los contenidos publicados en redes sociales.

Instrucciones:

1. Publica en redes sociales uno de los contenidos creados en los ejercicios anteriores.
2. Durante una semana, analiza su desempeño utilizando herramientas como:
 - Estadísticas de Instagram o Facebook.
 - HubSpot para analizar tendencias (si está disponible).
3. Registra los siguientes indicadores:
 - Número de impresiones.
 - Interacciones (me gusta, comentarios, compartidos).
 - Tasa de clics, si incluiste un enlace.
4. Con base en los resultados, escribe un breve informe:
 - ¿Qué funcionó bien?
 - ¿Qué puedes mejorar?
 -

Autoevaluación:

¿Qué métricas me proporcionaron la mejor información sobre el desempeño de mi contenido en redes sociales?

¿Hubo diferencias en el nivel de interacción según el tipo de contenido o la plataforma utilizada?

¿Qué ajustes haré en mi próxima publicación para mejorar su impacto?

Ejemplo:

Un análisis básico del impacto de los contenidos, con recomendaciones para optimizar futuras publicaciones.

Ejercicios para la videoclase U2C3

Marketing digital

Los siguientes ejercicios están diseñados para afianzar los conocimientos ofrecidos en esta videoclase en conjunto con el material de lectura U2C3 Contenidos digitales.

Los ejercicios contienen las instrucciones, una autoevaluación y un ejemplo para que puedas realizarlos por tu cuenta.

Ejercicio 5: Diseña una Estrategia de Contenidos para Redes Sociales

Objetivo:

Crear un plan de publicación en redes sociales alineado con los valores y objetivos de un emprendimiento cultural.

Instrucciones:

- Selecciona un emprendimiento creativo y cultural de Panamá (puede ser el tuyo o uno ficticio).
- Define el propósito de la estrategia de contenidos (ej.: promover eventos, vender productos, educar al público sobre la cultura panameña).
- Elige una plataforma principal (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube).
- Crea un calendario de publicaciones para una semana con:
 - Tipo de contenido (imagen, video, carrusel, reel, en vivo).
 - Día y hora de publicación.
 - Mensaje clave o tema de cada post.
 - Formato y llamado a la acción (CTA).
- Redacta tres ejemplos de publicaciones siguiendo el calendario creado.

Autoevaluación:

- ¿El contenido está alineado con el propósito de mi emprendimiento?
- ¿Incluí variedad de formatos y llamados a la acción efectivos?
- ¿El calendario es realista y sostenible para mi emprendimiento?

Ejemplo:

Un plan de contenido semanal para una marca de artesanía panameña, con posts educativos sobre la historia de los molas, detrás de cámaras del proceso de producción y un video en vivo mostrando productos disponibles para la venta.

Ejercicios para la videoclase U2C3

Marketing digital

Los siguientes ejercicios están diseñados para afianzar los conocimientos ofrecidos en esta videoclase en conjunto con el material de lectura U2C3 Contenidos digitales.

Los ejercicios contienen las instrucciones, una autoevaluación y un ejemplo para que puedas realizarlos por tu cuenta.

Ejercicio 5: Uso de Inteligencia Artificial (IA) en la Creación de Contenidos

Objetivo:

Utilizar herramientas de IA para mejorar la creación y planificación de contenidos digitales.

Instrucciones:

1. Reflexión:

- ¿Qué herramientas de IA conoces o podrías utilizar para la creación de contenidos? (por ejemplo, ChatGPT, Perplexity, DeepSeel, otros)
- ¿Cómo crees que estas herramientas podrían mejorar tu proceso de creación de contenidos?

2. Ejercicio Práctico:

- Utiliza una herramienta de IA para generar ideas o textos para un contenido digital.
- Ajusta y mejora el contenido generado por la IA según tus necesidades y estilo.
-

3. Autoevaluación:

¿La herramienta de IA que utilicé realmente facilitó la creación de contenido relevante para mi emprendimiento?

¿Cómo puedo equilibrar el uso de IA con mi creatividad personal para mantener la autenticidad de mis contenidos?

¿Qué oportunidades identifico para integrar la IA en la planificación y producción de mis futuros contenidos?

Ejemplo:

Si vendes artesanías, podrías usar ChatGPT para generar ideas de historias detrás de tus piezas y luego ajustarlas según tu estilo y conocimientos.



¡Gracias!

Por utilizar este material. Siéntete libre de compartirlo con quienes creas que pueden beneficiarse de sus contenidos.



Es una iniciativa de la Dirección Nacional de Economía Creativa del Ministerio de Cultura de Panamá.

Su objetivo es aportar conocimientos, herramientas y formación para desarrollar la Economía Creativa en Panamá.

Está dirigido a (potenciales) emprendedores de las Industrias Creativas y Culturales panameñas, funcionarios, gestores culturales, comunicadores, docentes y todas las personas con interés en este tema.

Producido por:



Dirección Nacional de Economía Creativa

Director Nacional: Miguel Fábrega

Idea y realización: Gerardo Neugovsen

Producción Videoclases: Monkristo Producciones

Febrero 2025